Deutscher Bundestag
13. Wahlperiode

Drucksache 13/5551

16. 09. 96

Antwort
der Bundesregierung

auf die Kleine Anfrage der Abgeordneten Halo Saibold und der Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN
— Drucksache 13/5484 —

Imagekampagne „Urlaub in Deutschland"

In jüngster Zeit gibt es verstärkt eine öffentliche Diskussion um die Durchführung einer Imagekampagne „Urlaub in Deutschland". Die Fraktion BÜNDNIS 90/DIE GRÜNEN hatte einen Antrag dazu in den Deutschen Bundestag eingebracht; eine Projektgruppe der Hochschule der Künste in Berlin hat jüngst einen Vorschlag für eine Kampagne „Projekt D. – Urlaub in Deutschland" ausgearbeitet und der Öffentlichkeit präsentiert. Der Deutsche Fremdenverkehrsverband hat ebenfalls ein Konzept zu diesem Thema erarbeitet, das im Herbst 1996 verabschiedet werden soll. Die Durchführung einer solchen Kampagne soll u. a. aus Mitteln des Bundesministeriums für Wirtschaft finanziert werden. Das Bundesministerium hat seine grundsätzliche Bereitschaft erklärt, an einer Finanzierung einer solchen Kampagne mitzuwirken.

Angesichts der seit Jahren steigenden Zahlen ökologisch besonders schädlicher Fern- und Flugreisen und einem gleichzeitigen Rückgang des Inlandstourismus bedarf es Maßnahmen, um diese ökologisch und wirtschaftlich bedenklichen Entwicklungen einzugrenzen. Fernreisen sind zum Statussymbol geworden, während ein Urlaub im Inland als unattraktiv gilt.

1. Hält die Bundesregierung eine Kampagne zur Steigerung der Akzeptanz von „Urlaub in Deutschland" grundsätzlich für sinnvoll?

   Wenn ja, aus welchen Gründen?

   Wenn nein, warum nicht?

Die Bundesregierung vertritt die Auffassung, daß das Marketing für Urlaub und Reisen in und nach Deutschland verbessert werden muß. Eine Kampagne zur Steigerung der Akzeptanz von „Urlaub in Deutschland" könnte diese Zielsetzung unterstützen.

Die Antwort wurde namens der Bundesregierung mit Schreiben des Bundesministeriums für Wirtschaft vom 12. September 1996 übermittelt.

Die Drucksache enthält zusätzlich – in kleinerer Schrifttype – den Fragetext.

2. Ist die Bundesregierung bereit, eine solche überregionale Kampagne, die bundesweite Relevanz hat und unter dem Aspekt von Mittelstandsförderung und Umweltschutz sinnvoll ist, ausschließlich aus Haushaltsmitteln zu finanzieren?

Werbung für das touristische Produkt in Deutschland ist in erster Linie Sache der Wirtschaft und der Fremdenverkehrsverbände. Deshalb ist es nicht Aufgabe der Bundesregierung, eine solche überregionale Kampagne ausschließlich aus ihren Haushaltsmitteln zu finanzieren.

3. Ist die Bundesregierung bereit, sich an der Finanzierung einer solchen Kampagne zu beteiligen?

   Wenn ja, in welcher Größenordnung?

Die Bundesregierung ist grundsätzlich bereit, sich im Rahmen ihrer finanziellen Möglichkeiten und in Abstimmung mit der Wirtschaft und den Bundesländern an einer solchen Kampagne zu beteiligen. In erster Linie sollten aber die am Reiseverkehr in Deutschland interessierten Wirtschaftsbereiche sowie die zuständigen Bundesländer für eine Mitfinanzierung gewonnen werden. Über die Größenordnung einer Bundesunterstützung ist zu gegebener Zeit zu entscheiden.

4. Welche Voraussetzungen müssen erfüllt sein, damit sich die Bundesregierung an der Finanzierung einer solchen Kampagne beteiligt?

Siehe Antwort auf Frage 3.

5. Wie beurteilt die Bundesregierung den Kampagnevorschlag der Hochschule der Künste, der so weit ausgearbeitet ist, daß er im Herbst 1996 unmittelbar umsetzbar wäre?

Mit dem Kampagnevorschlag ist aus Sicht der Bundesregierung eine sehr interessante studentische Arbeit gelungen, die eine solide und gründlich recherchierte Analyse zum Reiseverhalten der Deutschen mit innovativen Ideen und modernen Marketingstrategien verbindet. Allerdings ist die Bundesregierung nicht der Meinung, daß der Vorschlag bereits im Herbst 1996 unmittelbar umsetzbar ist.

6. Hält die Bundesregierung diese Form der Ausgestaltung einer überregionalen, emotional orientierten Kampagne für geeignet, um die Attraktivität eines Urlaubs in Deutschland zu erhöhen?

Innovative Ideen und Kräftebündelung sind gefragt, um das touristische Image Deutschlands modern und wettbewerbsfähig zu gestalten. Insofern erscheint aus Sicht der Bundesregierung eine überregionale Kampagne, die die emotionale Ansprache der

Adressaten in den Mittelpunkt stellt, durchaus geeignet, um die Attraktivität eines Urlaubs in Deutschland zu erhöhen. Allerdings bedarf es zusätzlich der Präsentation konkreter Produkte und eines zeitgemäßen Vertriebs.

7. Wie steht die Bundesregierung zu dem Konzeptentwurf des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes?

   Hält die Bundesregierung diese Form der Ausgestaltung für geeignet, um die Attraktivität eines Urlaubs in Deutschland zu erhöhen?

Die Bundesregierung teilt die dem Konzept zugrunde liegende Auffassung des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes, daß der Tourismusstandort Deutschland gestärkt werden muß. Voraussetzung für den Erfolg der Imagekampagne ist allerdings, daß ein qualitativ gutes Urlaubsangebot zur Verfügung steht, das möglichst auch mittels moderner elektronischer Medien gebucht werden kann.

8. Worin liegen nach Auffassung der Bundesregierung die Unterschiede in den Ansätzen der Kampagne der Hochschule der Künste und des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes?

Die Unterschiede liegen aus Sicht der Bundesregierung weniger in den Ansätzen, sondern eher in den von der Hochschule der Künste vorgeschlagenen unkonventionellen Projektideen, wobei der DFV bisher noch keine konkreten Vorschläge für einzelne Werbemaßnahmen vorgelegt hat.

9. Ist die Bundesregierung der Meinung, daß der Kampagnevorschlag der Hochschule der Künste geeignet wäre, die Ziele, die der Deutsche Fremdenverkehrsverband mit seinem Konzept verfolgt, adäquat umzusetzen?

   Wenn nein, warum nicht?

Derzeit wird geprüft, ob die Projektideen der Hochschule der Künste in die derzeitigen Aktivitäten für eine Imagekampagne eingebunden werden können. Voraussetzung dafür ist eine diesbezügliche Einigung von Bund, Ländern und Wirtschaft.

10. Unternimmt die Bundesregierung Aktivitäten, um der Idee einer Imagekampagne für „Urlaub in Deutschland" möglichst schnell zur Umsetzung zu verhelfen?

    Wenn ja, welche?

    Wenn nein, warum nicht?

Die Bundesregierung beabsichtigt, Ende September im Rahmen einer Sitzung des Bund-Länder-Ausschusses „Tourismus" gemeinsam mit den Länderwirtschaftsministerien und den Landesfremdenverkehrsverbänden den Konzeptentwurf des Deutschen

Fremdenverkehrsverbandes zu diskutieren und das weitere Vorgehen abzustimmen.

11. Schließt sich die Bundesregierung der Meinung des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes an, daß noch in diesem Jahr mit den Vorbereitungen für eine Kampagne „Urlaub in Deutschland" begonnen werden sollte?

Über den Zeitplan des Konzeptentwurfes des Deutschen Fremdenverkehrsverbandes für eine Imagekampagne wird nach Vorlage des Votums des Bund-Länder-Ausschusses „Tourismus" entschieden werden.

12. Ist die Bundesregierung bereit, für das Jahr 1996 Mittel für die Vorbereitung und Durchführung einer solchen Kampagne zur Verfügung zu stellen?

    Wenn ja, in welcher Größenordnung?

    Wenn nein, warum nicht?

Die Bundesregierung wird – wie bereits in der Antwort zur Frage 10 ausgeführt – ihre finanzielle Beteiligung an einer Imagekampagne erst festlegen, wenn eine grundsätzliche Abstimmung zwischen Bund, Ländern, dem Deutschen Fremdenverkehrsverband und der Wirtschaft erfolgt ist.

13. Plant die Bundesregierung, für das Jahr 1997 Mittel aus dem Bundeshaushalt für die Durchführung einer Imagekampagne bereitzustellen?

    Wenn ja, in welcher Höhe?

Siehe Antwort zu Frage 12.

Druck: Thenée Druck, 53113 Bonn, Telefon 91781-0
Vertrieb: Bundesanzeiger Verlagsgesellschaft mbH, Postfach 13 20, 53003 Bonn, Telefon (02 28) 3 82 08 40, Telefax (02 28) 3 82 08 44
ISSN 0722-8333